

د/خثيري محمد
المركز الجامعي خميس مليانة

فرحي محمد
المركز الجامعي خميس مليانة

مداخلة بعنوان:

التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى الدولي والعربي

مقدمة:

مع بداية القرن الحادي والعشرين وبداية الألفية الثالثة استرعى انتباه الجميع التقدم العلمي المذهل الذي ظهر علي الساحة الدولية، وهو بلا شك ثمرة تطور طويل.

لذلك يدور الحديث الآن عن ثورة صناعية جديدة قوامها المعلوماتية بكافة عناصرها، لذلك يسميها البعض بالثورة الصناعية الثالثة ويسميها البعض الآخر بالثورة الإلكترونية.

الانترنيت هو أحد أبرز التقنيات الحديثة التي أصبحت مقتسمة بين مختلف دول العالم المتطور منه والمتخلف (أو النامي). علما أن استخدام الإنترنيت مرّ عليه أكثر من عقدين منذ أولى استخداماته في الولايات المتحدة الأمريكية.
ومن منافع الإنترنيت على الاقتصاد ، أنه مكّنه من تمرير عناصره على مختلف الأدوات التي يوفرها، ومن هذه المزايا ، التجارة عبر الانترنيت أو ما اصطلح على تسميته بالتجارة الإلكترونية.

فمن خلال هذه الأسطر يمكن طرح السؤال التالي: ماذا نقصد بالتجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى الدولي عامة، العربي والإسلامي بشكل خاص ؟ ،هذا السؤال يمثل الإشكالية الرئيسية لهذه المداخلة التي نحاول من خلالها أن نعرّف بالتجارة الإلكترونية وما وصلت إليه من استخدام في العالم

ومنافعها ، كما أننا سنحاول أن نفتح نقاشا حول ما يمكن أن تجنيه هذه التجارة من منافع على المستوى الدولي و العربي من خلال اعتمادها كأداة قانونية للتعامل التجاري.

أهمية البحث:

تنبع أهمية البحث من التطور الكبير الذي وصلت إليه ثورة المعلوماتية واستخدامها بشكل كبير في إنجاز عمليات التبادل التجاري بفترات زمنية قياسية مخفضة بذلك التكاليف المرتفعة، حيث إن التطور المطرد لشبكة الإنترنت وانتشارها وتوسعها الملحوظ خولها أن تلعب الدور الرئيسي لعصر المعلومات وجعلها البنية التحتية في عالم الأعمال. حيث أضحت وسيلة هامة لا يمكن أن نغض البصر عنها لإنجاز مختلف أنواعها وبشكل أخص التجارية منها.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى تسليط الضوء على موضوع التجارة الإلكترونية بشكل عام وواقعها في الوطن العربي بشكل العام والجزائر بشكل خاص، وذلك من أجل كشف أسباب تأخر استخدام هذه التجارة وأهم الاقتراحات التي قد تساعد في تسريع تطور هذا الأسلوب الجديد في إتمام العمليات التجارية المختلفة.

منهجية البحث:

يعتمد هذا البحث على الأسلوب النظري المكتبي الذي يقوم على جمع الحقائق والمعلومات عن طبيعة المشكلة المطروحة، وأيضاً طريقة الوصف والتحليل لهذه المعلومات للتوصل إلى النتائج المتعلقة بهذا الشأن والتي تساعد إلى بلوغ الهدف المطلوب من البحث.

مفهوم التجارة الإلكترونية:

اكتسبت مصطلحات التجارة الإلكترونية في السنوات الأخيرة رواجا واسعا، إلى درجة أن أصبحت رمز اللغة الخاصة بالثقافة المعلوماتية التي تعتبر مصدر الثروة التي حدثت في الألفية الثانية ، هذا المصطلح أصبح شائع الاستعمال لدى الأوساط الإعلامية ، ولدى المؤسسات المختلفة ، وبصفة عامة يعبّر عن مجموعة من النشاطات التي ترجع دائما في معاملاتها إلى الحاسوب والانترنيت لمبادلة سلع وخدمات بطريقة وتقنيات حديثة ومباشرة لكن بصبغة إلكترونية، وعلى هذا الأساس تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من التعابير الحديثة والتي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة الحياتية والتي هي ذات ارتباط بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات .التجارة الإلكترونية تعبير يمكن أن نقسمه

إلى مقطعين، حيث أن الأول، وهو "التجارة"، والتي تشير إلى نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة قواعد وأنظمة يمكن القول بأنه معترف بها دولياً، أما المقطع الثاني "الإلكترونية "فهو يشير إلى وصف لمجال أداء التجارة، ويقصد به أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية مثل الإنترنت.

تعريف التجارة الإلكترونية:

إلى يومنا هذا أظهرت مجموعة من الدراسات والمنشورات تأخذ مفهوم التجارة الإلكترونية موضوعا لها ، والعديد منها أعطى تعريفا لهذا النوع الجديد من النشاط التجاري وبصفة عامة حاولت هذه التعاريف أن تصف الأدوات الإلكترونية المستعملة .
لكن نظرا لسرعة المستجدات في هذا الموضوع فإنه لا يمكن حاليا أن نعطي تعريفا دقيقا للتجارة الإلكترونية وبشكل يسمح بالأخذ بعين الاعتبار كل شيء في الحسبان ، لذا فإن تحليل المصطلح المركب من كلمتين :إلكترونية وتجارة فإنه يمكن أن نعرف كلا منهما على حدا حتى نتمكن من إعطاء تعريف أقرب إلى الدقة والشمولية

كما تُعرِّف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية :أنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية .

جاء ذلك في دراسة لإدارة البحوث بأحد البنوك العربية وقد أوضحت الدراسة أن البعض كذلك يعرف التجارة الإلكترونية :بأنها تنفيذ بعض أو كل العمليات التجارية في السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي وسيلة سهلة وسريعة لإبرام الصفات التجارية إلكترونيًا سواء كانت التجارة في السلع، الخدمات، المعلومات وبرامج الكمبيوتر.

كما تعرف التجارة الإلكترونية على أنها:

- منهج حديث في الأعمال موجه إلى السلع والخدمات وسرعة الأداء، ويتضمن استخدام شبكة الاتصالات في البحث واسترجاع المعلومات من أجل دعم اتخاذ قرار الأفراد والمنظمات

- مزيج من التكنولوجيا والخدمات من أجل الإسراع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية لتبادل المعلومات داخل مؤسسة الأعمال وبين مؤسسات الأعمال، وبين مؤسسات الأعمال والعملاء، أي عمليات البيع والشراء

- إنتاج، ترويج، بيع وتوزيع المنتجات بواسطة شبكة اتصالات، عمليات تبادل باستخدام نظام تبادل البيانات إلكترونياً) بالإنجليزيةElectronic Data Interchange :) والبريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية والفاكس وتحويل الأموال بواسطة الوسائط الإلكترونية (بالإنجليزيةElectronic Funds Transfer :) وكذلك كافة الوسائط الإلكترونية المشابهة

- بنية أساسية تكنولوجية تهدف إلى ضغط سلسلة الوسائط استجابة لطلبات السوق وأداء الأعمال في الوقت المناسب

- نوع من تبادل الأعمال حيث يتعامل أطرافه بطريقة أو وسيلة إلكترونية عوضاً عن استخدامهم لوسائط مادية أخرى بما في ذلك الاتصال المباشر

- شكل من أشكال التبادل التجاري من خلال استخدام شبكة الاتصالات بين مؤسسات الأعمال مع بعضها البعض، ومؤسسات الأعمال وزبائنها، أو بين مؤسسات الأعمال والإدارة العامة

- استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد روابط فعاله بين مؤسسات الأعمال في العمليات التجارية

- نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المنتجين والمستهلكين، أو بين مؤسسات الأعمال وبعضها البعض من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- أداء العملية التجارية بين شركاء تجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة من أجل رفع كفاءة وفاعلية الأداء

ويمكن أن نخلص إلى تعريف يجمع بين التعاريف سالفة الذكر على النحو التالي:

التجارة الإلكترونية هي "تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات باستخدام شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى"، ويشمل ذلك:

- عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات
- سداد الالتزامات المالية ودفعها
- إبرام العقود وعقد الصفقات
- التفاوض والتفاعل بين المشتري والبائع
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات البيع والشراء وخدمات ما بعد البيع
- المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات
- الإعلان عن السلع والبضائع والخدمات
- الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن
- تبادل البيانات إلكترونياً (Electronic Data Interchange) بما في ذلك:
- التعاملات المصرفية
- الفواتير الإلكترونية
- الاستعلام عن السلع
- كتالوجات الأسعار
- المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء

مواصفات التجارة الإلكترونية:

توصف التجارة الإلكترونية والمطبقة على شبكة الإنترنت بعدة صفات أهمها:

- لا يوجد استخدام للوثائق الورقية المتبادلة والمستخدمة في إجراء وتنفيذ المعاملات التجارية، كما أن عمليات التفاعل والتبادل بين المتعاملين تتم إلكترونياً ولا يتم استخدام أي نوع من الأوراق. ولذلك تعتمد الرسالة الإلكترونية كسند قانوني معترف به من قبل الطرفين عند حدوث أي خلاف بين المتعاملين.

- يمكن التعامل من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية مع أكثر من طرف في نفس الوقت، وبذلك يستطيع كل طرف من إرسال الرسائل الإلكترونية لعدد كبير جداً من المستقبلين وفي نفس الوقت، ولا حاجة لإرسالها ثانية.

- يتم التفاعل بين الطرفين المتعاملين بالتجارة الإلكترونية بواسطة شبكة الاتصالات، وما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلية من غير أن يكون الطرفان في نفس الوقت متواجدين على الشبكة.

- عدم توفر تنسيق مشترك بين كافة الدول من أجل التنسيق وصدور قانون محدد لكل دولة مع الأخذ بعين الاعتبار قوانين الدول الأخرى، وهذا بدوره يعيق التطبيق الشامل للتجارة الإلكترونية.

- يمكن أن يتم بيع وشراء السلع غير المادية مباشرة ومن خلال شبكة الاتصالات، وبهذا تكون التجارة الإلكترونية قد انفردت عن مثيلاتها من الوسائل التقليدية والمستخدمة في عملية البيع والشراء، ومثال ذلك التقارير والأبحاث والدراسات والصور وما شابه ذلك.

إن استخدام أنظمة الحاسبات المتوفرة في مؤسسات الأعمال لانسياب البيانات والمعلومات بين الطرفين دون أن يكون هنالك أي تدخل مباشر للقوى البشرية يساعد على إتمام العملية التجارية بأقل التكاليف وبكفاءة عالية.

البنية التحتية للتجارة الإلكترونية EC infrastructure:

تشمل البنية التحتية الإلكترونية للتجارة الإلكترونية أربعة أمور:

1 ـ الأجهزة وتتضمن:

أ ـ حواسيب آلية Computers and Servers.

ب ـ مسيِّر وموجه المعلومات Routers.

ج ـ كابلات وتقنيات حديثة للاتصالات Fiberoptics, Space channel, etc

ـ البرمجيات: وتتضمن:

ـ برمجيات التشغيل Operating Systems.

ـ وبرمجيات الاتجار بالإنترنت.

بالإضافة إلى حزم برمجيات التجارة الإلكترونية (وهي عبارة عن برمجيات خاصة تسمح بإتمام عمليتي البيع والشراء الآني عبر الإنترنت).

3 ـ مقدمو خدمات التوصيل بالشبكات العامة المفتوحة (كالإنترنت)(Internet Service Providers) ويعني بذلك الجهات التي تقوم بتوفير خدمة الإنترنت في الدول.

4 ـ الخدمات المخولة Services Enabling:

وهي خدمات تتعلق بإتمام الصفقة التجارية كالإعلان وطرق الدفع والتسليم وخدمات التحقق من الأهلية. وبالإضافة إلى البنية الإلكترونية لابد من توفر البيئة المالية المناسبة لأساليب الدفع الإلكتروني والاستخدام المكثف لوسائل الدفع الحديثة لبطاقات الائتمان.

أنواع التجارة الإلكترونية:

- **مؤسسة مع مؤسسات**

في التجارة الإلكترونية بين المنشآت الإلكترونية (بالإنجليزية :

Business to Business أو B2B) تقوم وحدات الأعمال باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها وتسليم الفواتير، كما تقوم بإجراء عملية الدفع من خلال وسائل عدة مثل استخدام بوابات الدفع الإلكترونية. ويعتبر هذا الشكل من أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعا ويطبق بين مؤسسات الأعمال داخل الدولة، أو مع مؤسسات الأعمال خارج الدولة، حيث يتم إجراء كافة المعاملات التجارية إلكترونياً بما في ذلك تبادل الوثائق إلكترونياً.

- **التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والمستهلك:**

توجد على شبكة الإنترنت العالمية مواقع للتجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والمستهلك (بالإنجليزية : Business to Customer). وتقوم هذه المواقع بتقديم كافة أنواع السلع والخدمات، كما تقوم هذه المواقع باستعراض كافة السلع والخدمات المتاحة وتنفذ إجراءات البيع والشراء، كما يتم استخدام بطاقات الائتمان من أجل إتمام عمليات البيع والشراء، حيث يعتبر استخدام بطاقات الائتمان في

عملية الدفع أكثر شيوعاً واستخداماً بين المستهلك ومؤسسات الأعمال، إضافة إلى إيجاد وسائل دفع إلكترونية أخرى ومطبقة بشكل واسع مثل الشيكات الإلكترونية ودفع النقد عند التسليم، أو أي طريقة أخرى يتم الاتفاق عليها من قبل الطرفين أصحاب العلاقة

- **التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والحكومة:**

في التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والحكومة (بالإنجليزية : Business to Administrative) تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوازم والرسوم ونماذج المعاملات على شبكة الإنترنت بحيث تستطيع مؤسسات الأعمال أن تطلع عليها من خلال الوسائل الإلكترونية وأن تقوم بإجراء المعاملات إلكترونياً بدون التعامل مع مكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية، وتقوم الحكومة الآن بالعمل على ما يسمى بالحكومة الإلكترونية لإتمام تلك المعاملات إلكترونياً.

- **التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة:**

في التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة (بالإنجليزية: Administrative to Customer):

يتم بين المستهلك والإدارة المحلية، مثل عملية دفع الضرائب حيث تتم إلكترونياً بدون الحاجة لأن يقوم المستهلك بمراجعة الدوائر الحكومية الخاصة بذلك.

مستويات التجارة الإلكترونية:

تلعب درجة تنفيذ الأنشطة الفرعية ذات الارتباط المباشر بأداء المعاملات التجارية دوراً بارزاً بتعدد مستويات التجارة الإلكترونية وذلك طبقا لدرجة الأنشطة .وتتراوح في الأداء بين مستوياتها المختلفة، فهنالك المستويات البسيطة والمستويات الأكثر تطوراً، على النحو التالي:

- **التجارة الإلكترونية البسيطة:**

يشمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية الترويج للسلع والخدمات، إضافة إلى الإعلان والدعاية لتلك السلع والخدمات، بما فيها خدمات قبل وبعد البيع .وتتضمن التجارة الإلكترونية ذات المستوى البسيط عملية التوزيع الإلكتروني للسلع والخدمات وخصوصاً غير المادية منها، إضافة إلى التحويلات البسيطة للأموال وذلك عن طريق بوابات الدفع الإلكترونية.

التجارة الإلكترونية ذات المستوى المتقدم:

يركز هذا النوع على عمليات وإجراءات الدفع التي تتم عبر الإنترنت، والتي تعتبر عملياً ذات مستوى يحتاج إلى توعية كبيرة من قبل المتعاملين على هذا المستوى .وتعتبر عمليات الدفع -سواء كانت على المستوى المحلي أو الوطني أو الدولي -عمليات ذات تطور متقدم وبحاجة إلى أخذ الحيطة والحذر عند التعامل على هذا المستوى.

التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي والعربي:

وبالرغم من أن موضوع التجارة الالكترونية لما يزل حديثا وغير واضح المعالم بالقدر الكافي ، إلا أن أنشطة واسعة تحققت على المستويات الدولية والإقليمية والوطنية للتعامل مع مسائل هذا الموضوع ، فعلى الصعيد الدولي يتعين الوقوف أمام اتجاهات منظمة التجارة الدولية (WTO) ، وجهود منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) وجهود لجنة قانون التجارة الدولية في الأمم المتحدة - يونسترال (UNICITRAL) ، أما على الصعيد الإقليمي ، فيبرز دور الاتحاد الأوروبي EU ، ومنظمة أسيا - الباسفيك للتعاون الاقتصادي (APEC) وال نافتا الأمريكية (FTTA) ، وإما على الصعيد الوطني ، فان جهودا تشريعية مميزة قد تحققت في العديد من الدول لا يتسع المقام لاستعراضها جميعا لهذا نورد قائمة الدول التي اتخذت تدابير تشريعية في حقل التجارة الالكترونية أو بعض جوانبها كالتواقيع الرقمية ونتعرض لتجارب بعض هذه الدول فنتخير منها الولايات المتحدة الأمريكية ودول الاتحاد الأوروبي ، اليابان ، وسنغافورة . وفي ميدان الهيئات المتخصصة ، يبرز جهد مميز لغرفة التجارة العالمية (ICC) ، وفي حدود المساحة المتاحة سنتناول ما أنجز وما يخطط لانجازه لدى كافة المنظمات والهيئات والدول المذكورة .

أولاً:على الصعيد العالمي :

•منظمة التجارة العالمية (WOT) .

ترجع الجهود الدولية المنظمة في ميدان تنظيم التبادل التجاري وتجاوز المعيقات أمام التجارة إلى عام 1947 عندما أبرمت اتفاقية الجات الأصلية (General Agreement on Tariff and Trade: GAAT)

(الأصلية) بين 23 دولة من دول مؤتمر هافانا الذي جاء ضمن سياق السعي الدولي للخروج من حالة الركود الاقتصادي ، وقد قامت هذه الاتفاقية على مبادئ تحرير التجارة وإزالة القيود أمام حركة البضائع ، وأريد لهذه الاتفاقية والإطار التنظيمي لها أن يمثل الضلع الثالث للنظام التجاري العالمي الجديد إلى جانب صندوق النقد الدولي والبنك الدولي للإنشاء والتعمير ، وعلى مدى ثمانية جولات من المفاوضات ، آخرها جولة الاورجواي 1986 – 1994 كانت الحصيلة تأسيس منظمة التجارة العالمية (Trade WTO - world organisation) الوريث الجديد للاتفاقية القديمة ، وذلك في 15 نيسان 1994 بموجب اتفاقية مراكش ، وعهد الى منظمة التجارة العالمية مهام تنفيذ اتفاقيات جولة الاورغواي ابتداء من 1 كانون الثاني 1995 وهي (28) اتفاقية عالمية تؤطرها ثلاث اتفاقيات رئيسة ، **<u>الأولى :</u>** الاتفاقية العامة للتعرفة والتجارة (جات ((General Agreement on Tariff and Trade: GAAT) وهي الاتفاقية المتعلقة بالتجارة في البضائع وتمثل اتفاقية الجات الأصلية مع تطوير لمبادئها العامة وتوسيع لنطاق المنتجات والبضائع موضوع ملاحقها التفصيلية ، **<u>والثانية</u>** : الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (جاتس ((General Agreement on Trade in Services : GATS) والتي جرى وضعها لمواجهة النشاط التجاري المستجد في ميدان خدمات النقل والخدمات المالية والاتصالات والخدمات التقنية والاستشارية وغيرها ، **<u>والثالثة ،</u>** اتفاقية الجوانب التجارية المتعلقة بالملكية الفكرية (تربس) (Trade Related Rights - TRIPS Property Intellectuel) والتي تتعلق بمسائل حقوق المؤلف والعلامات والأسرار التجارية وبراءات الاختراع والتصاميم الصناعية والدوائر المتكاملة والمؤشرات الجغرافية والقواعد العامة المتصلة بالملكية الفكرية وعلاقتها بالتجارة العالمية . وتضم منظمة التجارة العالمية في عضويتها في الوقت الحاضر 137 دولة. أما بالنسبة للتجارة الالكترونية ، فقد أصدرت منظمة التجارة العالمية في مطلع عام 1998 الدراسة الخاصة حول التجارة الالكترونية ودور المنظمة في هذا الميدان وتناولت هذه الدراسة التي حملت عنوان ELECTRONICCOMMERCE AND THE ROLE OF THE WTO آليات التجارة الالكترونية وما يتعلق بمباشرتها باستخدام الانترنت ، وتوصلت إلى اعتبار التجارة الالكترونية

ضمن الأنشطة التجارية التي تستوعبها وتطبق عليها الاتفاقية الدولية الخاصة بالتجارة في الخدمات . وقد حددت المنظمة موقفها الرسمي من التجارة الالكترونية في مؤتمر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية المنعقد في أوتاوا في شهر أكتوبر 1998 فجاء على لسان مديرها العام في ذلك الوقت Renato Roggiero ان المنظمة لا تسعى لوضع قواعد جديدة خاصة بالتجارة الالكترونية ، وإنما تسعى لاستخدام التنظيم القانوني القائم والمحدد ضمن اتفاقية الجاتس الخاصة بالتجارة في واتفاقية التربس والاتفاق الخاص بخدمات الاتصال ، ومنذ ذلك الوقت واصلت المنظمة اعداد الدراسات وبرامج العمل بخصوص التجارة الالكترونية ، وقد كان هذا الموضوع واحدا من موضوعات برامج العمل العديدة المتعين التعامل معها أو على الأقل اقتراح التعامل معه في مؤتمر سياتل الأخير للمنظمة (11/30- 99/12/3) الذي لم يكتب له النجاح في إطلاق جولة جديدة من المفاوضات التجارية الدولية بسبب عوامل كثيرة أبرزها الخلافات الداخلية بين الدول الأعضاء وتمسك التكتلات الدولية بمصالحها الخاصة إلى جانب التأثير الحاد والفاعل للجهات والأفراد المناوئين للإفراز السلبي للعولمة وسياسات تحرير التجارة.

•منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)

كرست المنظمة أعمالها في عام 1998 بشكل رئيس للتجارة الالكترونية ، منطلقة من قناعة عبرت عنها أجهزتها مرارا مفادها أن التجارة الالكترونية تتطلب حلولا دولية في مرحلة تنظيمها لان الحلول المتباينة لا تتفق مع الطبيعية الكونية لهذا النمط من الإعمال ، ولان التباين قد يقيم حدودا لا تقبلها التجارة الالكترونية ، ومن ابرز أنشطة هذه المنظمة في ميدان التجارة الالكترونية المؤتمر العالمي للتجارة الالكترونية الذي عقد في الفترة من 7- 9 أكتوبر 1998 في مدينة أوتاوا ، ويعد أوسع مؤتمر في هذا الإطار ، حيث حضره نحو ألف مندوب يمثلون الدول الأعضاء في المنظمة وشارك عنها الوزراء وكبار المسئولين عن التجارة والاقتصاد في هذه الدول ، وممثلون عن 12 دولة ليست عضوا في المنظمة ، و12 منظمة دولية ، وممثلو الاتحادات النوعية التجارية والصناعية ، وممثلو مجموعات المستهلكين ، والمنظمات غير الحكومية الاقتصادية والاجتماعية . وقد ناقش المؤتمر على مدى يومين مسائل بناء الثقة لدى الزبائن

والمستخدمين ، وتحديدا معايير وقواعد حماية الخصوصية والبيانات الشخصية المخزنة في النظم والمتبادلة بين شبكات المعلومات ، ومسائل امن المعلومات التجارية على الخط وسياسات التشفير لمعلومات وبيانات القطاعين الخاص والعام ، ومسائل حماية المستهلك وتحديدا قواعد الاختصاص القضائي وحل المنازعات وحقوق الإعلان على الانترنت والحماية من الأنشطة غير القانونية والزائفة ، وتناول المؤتمر المسائل التي من شانها أن تجعل التجارة الالكترونية ، عبر تنظيمها القانوني المحكم ، مشابهة تماما للتجارة التقليدية وما تكرس ضمنها من قواعد كفلت قبولها والثقة فيها ، وتناول المؤتمر مسائل الدفع النقدي والتحويلات المالية عبر شبكات الاتصال والانترنت وحماية وسائل الدفع الالكتروني ومسائل العقود الالكترونية والتواقيع الالكترونية والسياسات الضريبية المتصلة بالتجارة الالكترونية ودور القطاعين العام والخاص في تنظيم أعمال التجارة الالكترونية ، وتوقف المشاركون في المؤتمر أمام المتطلبات التقنية للتجارة الالكترونية والخطط والاستراتيجيات اللازم أتباعها في ميدان صناعة التقنية والاتصال وضمان البنية التحتية الآمنة لهذه الأنماط من الأنشطة المستجدة ، وعرج المشاركون على مسائل تعظيم منافع التجارة الالكترونية وتجاوز مشكلاتها عبر الاستراتيجيات الوطنية الشاملة لحماية المعلومات وضمان سلامة وامن الأنشطة التجارية ، والتنظيم القانوني لمشكلات التسليم المادي للبضائع والتنفيذ المادي للخدمات غير التقنية .

وقد خلص المؤتمر إلى إقرار عدد من الآليات وتحديد مناطق الاهتمام القانوني الرئيسة ، وشملت التوصيات تكليف المنظمة نفسها بوضع خطط العمل وتكليف المنظمات غير الحكومية والحكومية الدولية لإجراء الدراسات ووضع التصورات وذلك لجهة إنفاذ الإعلانات الصادرة عن المؤتمر بشان حماية الخصوصية وامن الشبكات وحماية المستهلك والموثوقية في التجارة الالكترونية ، وإتباع السياسات الضريبية التي تمنع أية قيود أو أعباء على النشاط التجاري الالكتروني.

١٠الأمم المتحدة – لجنة اليونسترال (UNICITRAL)

اليونسترال هي لجنة قانون التجارة الدولية التابعة للأمم المتحدة وتضم في عضويتها غالبية دول العالم الممثلة لمختلف النظم القانونية الرئيسة ، وغرضها الرئيس تحقيق الانسجام والتوائم بين القواعد القانونية الناظمة للتجارة الالكترونية وتحقيق وحدة القواعد المتبعة وطنيا في التعامل مع مسائل التجارة العالمية ، وقد حققت اليونسترال العديد من الانجازات في هذا الميدان أبرزها إبرام عدد من الاتفاقيات الدولية اشهرها اتفاقية فينا للبيوع الدولية لعام 1980 والاتفاقيات الخاصة بالتحكيم التجاري الدولي وغيرها .

وانطلاقا من إدراك اليونسترال أن التجارة الالكترونية تفترق عن غيرها في حاجتها إلى قواعد موحدة عالميا منذ البداية ، فقد كانت اليونسترال الأكثر وعيا لأهمية توحيد القواعد القانونية الناظمة للتجارة الالكترونية ، ويسجل لها الريادة في التعامل مع هذا الهدف ، ففي عام 1996 ، واستنادا الى دراسات شاملة - بدأ بعضها منذ عام 1985 - لواقع النظم القانونية ومواقفها من مسائل التعاقد عن بعد ومشكلات الإثبات في القوانين الوطنية ، أطلقت اليونسترال القانون النموذجي للتجارة الالكترونية ، وذلك بغية مساعدة الدول لتحديد المواد الواجب تضمينها لمثل هذا التشريع إلى جانب رغبتها وأملها أن يعتمد القانون النموذجي المذكور من سائر الدول لما سيحققه من انسجام وتوافق ، خاصة أن مواضيع التجارة الالكترونية ، وتحديدا الإجرائية منها ذات طبيعة دولية لا تتأثر في الغالب بالقواعد القانونية الوطنية المتباينة بين الدول . وتحليل محتوى القانون النموذجي يظهر أن اليونسترال تسعى إلى إيجاد توازن بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية وتحديدا فيما يتعلق بأنشطة التحويل النقدي عبر الشبكات والتعاقد باستخدام وسائل التقنية ، ويعالج القانون موضوع العقود وإبرامها ومسائل التواقيع الالكترونية ومعايير الأمن والحماية اللازمة للبيانات الشخصية وغيرها من الموضوعات. وحتى الآن ، تم تبني هذا القانون بوضعه المقرر من اليونسترال من قبل سنغافورة وولاية الينوى في الولايات المتحدة الأمريكية ، واعتمدت غالبية قواعده - حتى بشكل مطابق في الكثير من الحالات - من قبل الدول التي سنت تشريعات متصلة بالتجارة الالكترونية كاسبانيا ، والولايات المتحدة الأمريكية ، ومن بين الدول العربية فان مشروع قانون

التجارة الأردني اعتمد بشكل أساسي على قانون اليونسترال النموذجي مع معالجات لعدد من الموضوعات التي لم يعالجها القانون النموذجي ، كما أن مشروع القانون اللبناني في حقل التواقيع الالكترونية اعتمد في إحكامه أيضا على عدد من أحكام القانون النموذجي . وتعد الحلول المتضمنة في القانون النموذجي أيضا أساسا معتمدا لدى غالبية الدول التي وضعت استراتيجيات أو دراسات أو وثائق مرجعية أو أدلة إرشادية متصلة بالتجارة الالكترونية كما هو شأن اليابان و وكندا . ويتعين الإشارة في هذا المقام أن قانون اليونسترال النموذجي لم يتعرض لعدد من مسائل التجارة الالكترونية لما تثيره من تناقضات بخصوص المعايير المتعين اعتمادها ، كمسائل الاختصاص القضائي والملكية الفكرية وامن التعامل التجاري الالكتروني وغيرها . كما تجدر الإشارة إلى استمرار لجنة اليونسترال في تناول عدد من المسائل المتصلة بالتجارة الالكترونية والأسواق الالكترونية وجاري العمل على استكمال بناء القسم الثاني من القانون النموذجي الخاص بتطبيقات التجارة الالكترونية مترافقا مع جهد دولي موازي من قبل هيئات أوروبية في حقل الاختصاص والقانون الواجب التطبيق .

ثانياً :على الصعيد العربي:

لعل من أهم الإشكاليات المطروحة أمام المؤسسة الإنتاجية العربية الآن هي تسارع وتيرة التطور التكنولوجي.

حيث إن عالمنا المعاصر يشهد تطوراً متسارعاً على مختلف الأصعدة خاصة في قطاع المعلوماتية والاتصالات الذي دخل في كل مجالات حياتنا ومنها الاقتصاد بدءاً من مرحلة الإنتاج وانتهاءً بمرحلة التسويق وصولاً إلى مرحلتي الدفع والطلب.

لم تعد المنافسة في عالم اليوم محصورة في جودة المنتج فقط، وإنما تعدت ذلك إلى تخفيض تكاليف الإنتاج واستخدام التقنيات الحديثة في عمليات الإنتاج والتسويق وتقديم أفضل الخدمات للعملاء.

تختلف صورة التجارة الإلكترونية في الوطن العربي إلى حد كبير عن باقي دول العالم ، إذ نجد العديد من الشركات العربية ما زالت بعيدة عن ممارسة التجارة الإلكترونية، حيث نجد أن معظم الدول العربية ما

زالت متخلفة عن ركب التعاملات الإلكترونية، وأن إجمالي الإنفاق العربي لا يزيد عن (95) مليون دولار سنوياً عبر التجارة الإلكترونية، وأن أكثر المتعاملين بالتجارة الإلكترونية تتركز مشترياتهم في شراء برامج وأجهزة الحاسب الآلي بنسبة تزيد عن 70٪، بينما تتوزع النسبة الباقية على الكتب والهدايا، وكما أن 80٪ من المشتريات العربية تتم خارج المواقع العربية وذلك بسبب ندرة المواقع العربية التي لا تمثل أكثر من 0.5٪ من مساحة الاستخدام على شبكة الإنترنت.

أما عن عدد مستخدمي شبكة الإنترنت في البلدان العربية فقد وصل مع نهاية عام 2002 حوالى 3.54 مليون حسب مسح إحصائي أجرته بوابة عجيب كوم، ويتوزع مستخدمي الإنترنت في الدول العربية.

ولكي تلحق الدول العربية البلدان التي سبقتها في هذا المجال يجب أن تنفق ما يزيد على

90 مليار دولار خلال العشر سنوات القادمة. وعلى الرغم من التأخر النسبي للتجارة الإلكترونية في الوطن العربي قياساً بالدول المتقدمة، إلا أن بعضاً منها قد شهدت بعض التجارب المتواضعة في مجال النشاط التجاري الإلكتروني. حيث قامت بعض القطاعات بتطبيق الخدمات الإلكترونية واعتمدتها منذ أعوام، مثل قطاع النفط والبتروكيماويات والغاز والمناجم والتعدين. ومن أبرز الشركات العربية التي تستخدم حالياً أنظمة التجارة الإلكترونية في أقسام المبيعات فيها فضلاً عن أقسام أخرى توازيها أهميةً مثل المشتريات وتنمية الأعمال وتنفيذ العقود والتسويق عبر الإنترنت هي شركة آرامكو (ARAMCO) والتي قدمت نموذجاً جيداً في قسم المبيعات عبر الإنترنت (IPPS)(IPPS: International Pertoleum Products Sales).

أما في بلد عربي كبير مثل مصر، فقد تم إنشاء عشرة مواقع ظهرت عام 1998 لتقديم بعض التعاملات التجارية من خلال الإنترنت وازداد هذا العدد ليصبح 184 عام 2000، إلا أن عدد المواقع التي تقوم فعلاً بالبيع يتراوح بين 10- 20 موقعا.

التجارة الإلكترونية في الجزائر:

يخطئ الكثير من الناس عندما يعتقدون أن الجزائر لم تعرف لحد الآن أي شكل من أشكال التجارة الالكترونية فمورد الإنترنيت (بروفايدر) يعتبرون مثالا واضحا لممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر، فتزويد المؤسسات والأفراد بالإنترنيت يدخل في نطاق التجارة الالكترونية التي تعني في أبسط تعريفاتها "مجموعة التبادلات التجارية التي تتم عبر شبكة اتصالات" ، وليس بالضرورة أن يتم الدفع إلكترونيا فحتى لو قام الزبون بدفع ثمن اشتراكاته بالانترنيت نقدا أو عبر الشيك فإن ذلك يعد أيضا ضمن معاملات التجارة الالكترونية، وهذا رغم توفر بطاقات الدفع الالكترونية. وتجدر الإشارة إلى أن أول من أسس شركة تجارية خاصة بتزويد الإنترنيت في الجزائر هو يونس قرار الملقب ب: "بيل غايتس الجزائر" و الذي قام بمغامرة فريدة من نوعها عندما استغل الفراغ القانوني في مجال توريد الانترنيت حيث استورد في 1997 تجهيزات خاصة بشركة "جيكوس" متعلقة بربط الناس بالانترنيت بشكل جماهيري، بعد أن احتكر مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني (سريست) المملوك للدولة التعامل بالانترنيت وحصره في نطاق ضيق خاص بالباحثين فقط وذلك لمدة أربع سنوات. غير أن السلطات العليا في البلاد حجزت هذه التجهيزات المستوردة من الولايات المتحدة الأمريكية في المطار، ومنعت قرار من تحقيق هذا المشروع على أساس أن الدولة لم تقرر فتح هذا الميدان للخواص، إلا أن الصحافة الجزائرية تحركت وأثارت ضجة إعلامية حول هذا المنع مما أجبر السلطات العمومية على الرضوخ للأمر الواقع ، وتم رفع الحجز عن التجهيزات وباشرت شركة جيكوس نشاطها، وأنشأت أول نادي للإنترنيت في حيدرة بالعاصمة في نفس العام، وصار بإمكان أبسط جزائري لأول مرة الإبحار في عالم الانترنيت. ولم يكن أمام السلطات العمومية في هذه المرحلة سوى إصدار نص تشريعي متعلق بالسماح للخواص بإنشاء شركات لتزويد الانترنيت لملء الفراغ القانوني في هذا الجانب (راجع بور تري حول يونس قرار منشور في يومية الجزائر نيوز في 2005) ، وبحلول عام 2000 فاق عدد الشركات الخاصة التي ترغب في الاستثمار في هذا المجال عشرين شركة غير أن شركتين فقط فرضتا أنفسهما في السوق ويتعلق الأمر بـ " إيباد " و "جيكوس".

لا يمكننا الحديث عن التجارة الالكترونية في أي بلد في العالم قبل الحديث عن بيئتها والمتمثلة أساسا في عدد الأفراد الذين يستعملون الانترنيت بانتظام، والذين يمثلون قاعدة التجارة الالكترونية التي تعتمد بشكل أساسي على الفضاء الافتراضي الذي يلتقي فيه البائع مع الزبون ويوثقون معاملاتهم التجارية عبر عقود إلكترونية لا تقتضي بالضرورة أن يكون هناك سابق معرفة بين البائع والزبون.

وفي الجزائر تجاوز عدد مستعملي الانترنيت أو ما يطلق عليهم بالأنترناتيين على حد تعبير الدكتور محمد لعقاب مليون أنترناتي في 2006 ، إذ تضاعف عددهم عشر مرات منذ عام 2000 ، كما تضاعف عدد نوادي الانترنيت بشكل كبير مع تزايد عدد الأنترناتيين ، وأضحت الشركات الاقتصادية والهيآت العمومية والخاصة أكثر اهتماما بالتواجد على الإنترنيت عبر مواقع إلكترونية خاصة بها، وإن كان يغلب على هذه المواقع اللغة الفرنسية بحكم خصوصية الجزائر في المنطقة العربية واعتقاد البعض - عن جهل - أن اللغة العربية لا تتلاءم مع طبيعة التكنولوجيا ، فضلا على أن معظم الحواسب الآلية التي استوردت من الخارج في منتصف التسعينيات لم تكن مزودة ببرمجيات تتيح الإطلاع على المواقع الإلكترونية بالعربية أو

الكتابة بها والتواصل بها عبر الانترنيت. غير أن شركة مايكروسوفت العالمية المختصة في البرمجيات طورت في 1995 برمجية خاصة باللغة العربية ويندوز أربيك 95 حسب عبد الغني بلغنبور مدير شركة "إياسي"، كما ساهم إنشاء الإمارات العربية المتحدة لمدينة متخصصة في تكنولوجيات الإعلام و الاتصال تجمع فيها المكاتب الفرعية لكبريات الشركات العالمية المتخصصة في هذا الميدان إلى جانب شركات عربية ساهم في تطوير عملية تصفح المواقع العربية عبر الأنترنيت. أما في الجزائر فأدى ازدياد الطلب على أجهزة الإعلام الآلي التي تسمح بتصفح المواقع العربية إلى الإهتمام بهذا الجانب أكثر ، فضلا عن صدور قانون لتعميم استعمال العربية في 1998 والذي بموجبه تمت إعادة برمجة الكثير من أجهزة الإعلام الآلي بالعربية وهو ما أدى إلى انتشار أكبر للبرمجيات العربية في السوق لتزايد الطلب عليها خاصة في الولايات الداخلية ، كما قامت جرائد ناطقة باللغة العربية بإنشاء مواقع لها على الانترنيت، وأنشأت بعض الهيآت الرسمية وغير الرسمية مواقع لها باللغتين العربية والفرنسية ، وشرع حينها في الاهتمام أكثر بإنشاء مواقع إلكترونية بالعربية استجابة لطلب السوق. وشجع احتكاك المؤسسات الجزائرية بالشركات العالمية الكبرى - التي تستثمر في الجزائر أو التي لها معاملات تجارية مع شركاء جزائريين - للتعرف عن قرب على التقنيات الحديثة في مجال التجارة الإلكترونية، كما ساهمت الملتقيات العالمية والعربية التي شارك فيها جزائريون للإطلاع على آخر هذه التطورات ، ونظمت جامعة التكوين المتواصل ملتقى حول التجارة الإلكترونية عرضت فيه دراسات وبحوث حول هذا الموضوع وسبل تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر، علاوة على دراسات أنجزها طلبة الكليات والأقسام الجامعية في هذا الشأن كما أصدر باحثون جزائريون كتبا تتناول بالشرح و التمحيص هذا النوع الحديث من التجارة على غرار الدكتور إبراهيم بختي. ورغم بداية اهتمام السلطات العمومية بتكنولوجيات الإعلام والاتصال في الفترة الأخيرة بدليل تعديل اسم "وزارة البريد والمواصلات" إلى "وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال"، وسعيها لإنشاء مدينة متخصصة في هذا الميدان في سيدي عبد الله، وتحضيرها لإنشاء حكومة إلكترونية، وإعدادها لمشروع قانون حول بطاقة التعرف الإلكترونية هو الآن قيد الدراسة على مستوى وزارة الداخلية والجماعات المحلية، إلا أنه ومع ذلك فإن الحكومة لا تبدو على عجلة من أمرها فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية التي تطرح عدة إشكاليات على المستوى حركة الأموال، الضرائب، الحجية القانونية لدى العدالة بالنسبة للعقود والتوقيعات الإلكترونية، والجرائم الإلكترونية التي قد يصعب التحكم فيها إذا تم الدخول إلى نطاق التجارة الإلكترونية بشكل متسرع وغير واع بحجم المخاطر رغم كثرة المزايا، فالهند التي تعتبر من دول العالم الثالث بلغت مدا خيلها من التجارة الالكترونية 20 مليار دولار في السنة وهو ما يمثل حجم الواردات الجزائرية.

ثالثا :**إحصائيات عن وضع اقتصاد تكنولوجيا المعلومات والتجارة الاكترونية في العالم:**

تعتمد الدول العربية في تحقيق نموها الاقتصادي على زيادة حجم الاستثمارات وزيادة حجم القوى العاملة دون الأخذ في الاعتبار أهمية العمل التكنولوجي الذي ما زال ضعيف الاستخدام، إذ لا يتجاوز حجم الإنفاق

على البحث العلمي في الدول العربية 5/0٪ من الناتج المحلي الاجمالي، بينما يتجاوز .25٪ في الدول الصناعية، وتقوم المنافسة في السوق العالمية حالياً على العنصر التكنولوجي وليس على أساس انخفاض قيمة العمل أو تكاليف رأس المال مثلما كان عليه الحال في نظام التجارة العالمي السابق، ويتركز حول الإنفاق على البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في المنطقة العربية، دون الانحسار في توسع تمويلها للتجارة العربية أو ما يعرف بالتوسع الكمي دون النظر إلى التطور النوعي في هذا المجال، لزيادة تخصيص الموارد المالية المتاحة لهذه المصارف لتغطية الزيادة في طلب تمويل التجارة العربية البينية في إطار منطقة التجارة الحرة العربية.

من جانب آخر تستحوذ الدول المتقدمة التي يقطنها نحو 15٪ من سكان العالم على حوالي 88٪ من مستخدمي الانترنت، بينما تبلغ نسبة المشتركين في الانترنت في دول جنوب آسيا التي يقطنها نحو 20٪ من سكان العالم ما نسبته 1٪ فقط، أما في أفريقيا التي يقطنها 12٪ من سكان العالم فإن عدد المشتركين يبلغ نحو مليون شخص .وتمتلك 14مليون خط هاتف "أي أقل من عدد الخطوط في مدينة طوكيو وحدها أو في حي مانهاتن في مدينة نيويورك" وتتركز 80٪ منها في 6دول فقط في القارة الافريقية.

ويقدر أن يصل عدد مستخدمي الانترنت إلى نحو , 294مليون شخص في نهاية العام الماضي 2001في الولايات المتحدة الأمريكية مقابل , 123مليون في أوروبا الغربية و, 836ملايين في دول آسيا المطلة على الهادئ بما فيها اليابان و, 411ملايين في باقي دول العالم.

كما يقدر أن تبلغ معدلات الانتشار لشبكة الانترنت بحلول العام 2003نحو 70٪ من السكان في الولايات المتحدة الأمريكية و50٪ في أوروبا الغربية.

فيما أوردت دراسة حديثة إحصائيات عن وضع اقتصاد تكنولوجيا المعلومات والتجارة الالكترونية في العالم عموماً والمنطقة العربية على وجه التحديد والتي قدرت عدد مستخدمي الانترنت في العالم حالياً بنحو 200مليون شخص بعدما كان نحو 100مليون عام 1998و 3ملايين عام 1999، ومن المقدر أن يرتفع العدد إلى حوالي 320مليوناً بحلول عام 2002م وإلى 520مليوناً بحلول عام 2003م وإلى مليار بحلول العام 2005م.

وقدرت الإحصائيات عدد المشتركين في شبكة الانترنت حالياً بحوالي 2٪ من سكان العالم فقط رغم أن أعدادهم تتضاعف بسرعة غير مسبوقة.

وبلغ عدد مواقع الانترنت العاملة في الدول المتقدمة 312موقعاً لكل 1000إنسان في يوليو 1999م مقابل 6مواقع فقط لكل 1000إنسان في الدول النامية، علماً بأن عدد المواقع الاجمالية في العالم في الفترة نفسها بلغ , 256مليون.

ويوجد في كندا والولايات المتحدة نحو ،365٪ من إجمالي عدد مواقع الانترنت البالغ، 256مليون في

يوليو 1999م مقابل ،422٪ في أوروبا و46٪ في استراليا واليابان ونيوزيلندا و95٪ في الدول النامية. وبلغ عدد النمو في مواقع الانترنت في العام 1999م نحو 18٪ في افريقيا و74٪ في أمريكا الشمالية و36٪ في أمريكا اللاتينية و61٪ في آسيا و30٪ في أوروبا.

وبلغ عدد الحواسيب المضيفة للانترنت في جميع أنحاء العالم 5846ألفا في يناير 1995وارتفع بشكل تدريجي إلى 36739في يوليو 1998م.

ويقدر عدد الأشخاص لكل وحدة من وحدات خدمة الانترنت بحوالي 50وحدة في الولايات المتحدة، 70في كندا، 60في استراليا، 90في هولندا، 125في سنغافورة، 130في المملكة المتحدة، 180في ألمانيا، 310في هونج كونج، 470في اليابان، 930في جنوب افريقيا، 87000في أندونيسيا، 561000في الصين، و،، 1200000في الهند.

وبلغ حجم المبادلات المالية والتجارة الالكترونية نحو 45مليار دولار عام 1998م و، 23تريليون دولار في عام 1999م ويتوقع أن ترتفع إلى 7تريليونات دولار عام 2004م.

وبلغت قيمة التجارة الالكترونية في المعاملات بين الشركات ما قيمته 8مليارات دولار عام 1997م أو ما يمثل 87٪ من مجموع المعاملات التجارية عبر الانترنت، ومن المتوقع أن يحقق قطاع الأعمال ما قيمته 183ملياراً في العام 2001م مقابل 109مليارات عام 2000م.

وارتفاع قيمة المعاملات التي تتم بشكل فوري ومباشر (On-Line) من نحو ، 01مليار دولار عام 1995م أي 377ملياراً عام 2000م ويتوقع أن تزداد إلى 717ملياراً عام 2001م وإلى 1234ملياراً عام 2002م، وتبلغ قيمة التدفقات التجارية في منتجات الإعلام الرقمية (digitizable media products) نحو ،، 373821مليون دولار في الدول المتقدمة مقابل 1891مليوناً في الدول المتحولة و 4581مليوناً في دول آسيا و 2908ملايين في أمريكا اللاتينية ودول الكاريبي و 242مليوناً في إفريقيا.

ويقدر حجم الإنفاق على البنية المعلوماتية للفرد في دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) بنحو 129دولاراً مقارنة مع 28دولاراً في أمريكا اللاتينية والكاريبي، 23دولاراً في دول أوروبا الشرقية وآسيا الوسطى، 14دولاراً في آسيا والباسيفيك، وأقل من 12دولاراً في إفريقيا جنوب الصحراء.

ويقدر عدد الهواتف النقالة لكل 1000شخص في دول (OCED) عام 1999م حوالي 332جهازاً مقابل 66جهازاً في أمريكا اللاتينية والكاريبي و 45جهازاً في دول أوروبا الشرقية وآسيا الوسطى و 31جهازاً في آسيا والباسيفيك و 19جهازاً في إفريقيا جنوب الصحراء.

أما بالنسبة للاقتصاد الرقمي في العالم العربي، تظهر الأرقام التالية عن الواقع الحالي لاقتصاد تكنولوجيا المعلومات والتجارة الالكترونية في العالم العربي بشكل واضح الحجم الكبير للفجوة الرقمية في المنطقة العربية مقارنة مع مناطق العالم الأخرى: يقدر عدد مستخدمي الانترنت في الدول العربية بنحو 550ألف

مشترك منهم 29٪ في دولة الإمارات و18٪ في السعودية و12٪ في لبنان و10٪ في مصر.

ـ يقدر عدد مستخدمي الانترنت في الدول العربية بنحو ، 19مليون شخص بمعدل، 35مستخدمين لكل اشتراك. إلا أن تقديرات حديثة من المتوقع صدورها خلال الربع الأول من العام 2002تبدو متفائلة بشكل أكبر حيث يتوقع أن يتضاعف الرقم.. لكن يبقى رقماً متواضعاً أمام مشاكل الفقر والأمية والجهل والصحة..؟

وتمثل نسبة مستخدمي الانترنت في الدول العربية نحو ، 06٪ من عدد مستخدمي الانترنت في العالم الذي بلغ 304ملايين شخص و، 07٪ من إجمالي عدد السكان في الدول العربية الذي يبلغ حوالي 275مليون نسمة، وتتوزع استخدامات الانترنت على 59٪ لإرسال البريد الالكتروني و22٪ لتصفح المعلومات و13٪ لأغراض العمل و6٪ لأغراض التجارة الالكترونية.

ويقدر حجم الإنفاق على المعلوماتية في الدول العربية بنحو 20دولاراً للفرد، كما تقدر نسبة الانفاق على البحث والتطوير للناتج المحلي الاجمالي للدول العربية نحو ،04٪ فقط.

ويقدر وجود 40جهاز هاتف نقال بالمعدل لكل 1000شخص في الدول العربية عام 1999م.

وقدر حجم التجارة الالكترونية في الدول العربية بحوالي 40مليون دولار عام 1999م، أي ما يمثل 001٪ من إجمالي التجارة الالكترونية العالمية وبمعدل . 35عمليات للشخص في السنة وبقيمة 185دولاراً للعملية، ويتوقع أن تنمو إلى نحو مليار دولار عام 2004.تتوزع التجارة الالكترونية في الدول العربية على البرمجيات 48٪، الكتب 28٪، أجهزة الحاسوب 26٪، الأقراص الموسيقية 11٪، والهدايا 7٪، والألبسة الجاهزة وتذاكر السفر 5٪ ومنتجات الاستهلاك الالكترونية والرسوم 4٪ والمنتجات الغذائية 1٪. وبلغ حجم سوق أجهزة الحاسوب الشخصية حوالي مليون جهاز في الدول العربية عام 1999م منها 33٪ يباع في السعودية لوحدها.ومن المقدر أن تصل نسبة انتشار الانترنت في العالم العربي إلى نحو 5٪ من السكان فقط بحلول العام 2003م، وهو ما سيتطلب جهوداً ومبادرات مستمرة وصادقة ومنهجية وعملية كي تتمكن الدول العربية من تضييق الفجوة الرقمية في أسواقها بالمقارنة مع ما هو قائم عالمياً، ومواكبة الجهود الدولية، فعلى صعيد التحركات الدولية، من الأهمية سعي الدول العربية للاستفادة من جهود الأمم المتحدة لتوفير التمويل للدول النامية من أجل إعانتها على اجتياز أو تضييق الفجوة الرقمية، وجهود المؤسسات الدولية لا سيما البنك الدولي التي ترتكز على إقامة البنية الأساسية لمجتمع المعلومات ووضع برامج للتمويل والمساعدة الفنية لتحويل الفجوة الرقمية العالمية إلى فرص رقمية عالمية خاصة من خلال برنامجه Info Dev ثم هناك جهود الدول الصناعية الكبرى، من خلال قممها والتي تركز على مساعدة الدول النامية من أجل بناء "مجتمع المعلومات" والمستند على المعرفة والإبداع وإعطاء دور أساسي للجهود الفردية والقطاع الخاص إلى جانب منظمات المجتمع المدني، هذا فضلاً عن الجهود الفردية للقطاع الخاص العامل في قطاع

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أو الجهود المشتركة لهذا القطاع في مؤسسات دولية مثل مؤسسة التمويل الدولية IFC والرامية إلى تقديم الدعم الفني والقانوني والإداري لتعزيز قدرات الدول النامية وتسريع إدخال الانترنت وتطبيقاته.

رابعاً :الآثار الاقتصادية المترتبة عن استخدام التجارة الإلكترونية:

يمكن إبراز الفوائد المتحصل عليها من التجارة الإلكترونية في الآتي:

أ- دعم التجارة الخارجية

- توفر التجارة الإلكترونية فرص زيادة معدلات الصادرات، وذلك من خلال سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية، وإمكانية التسوق للسلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة، والقدرة على سرعة عقد وإنهاء الصفقات التجارية، وكذلك القدرة على تحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين. ويظهر أثر التجارة الإلكترونية أكثر وضوحا في تجارة الخدمات بين الدول مما يؤدي بدوره إلى رفع درجة الانفتاح الاقتصادي في هذا المجال.

- حيث يمثل قطاع الخدمات نسبة مهمة تقدر بنحو 60 ٪ من إجمالي الإنتاج العالمي، وبالرغم من ذلك فإن حجمه لا يتجاوز 20٪ من التجارة الدولية، وربما يعود ذلك إلى أن أداء كثير من الخدمات يتطلب وسيلة اتصال وكذلك القرب الجغرافي بين المستهلكين والمنتجين. ولكن مع ظهور تقنية المعلومات الحديثة فقد هيأت التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت وسيلة الاتصال المفقودة بين المستهلك والمنتج، وبذلك ساهمت في زوال العقبات الجغرافية لكثير من الخدمات.

- وقد أثبتت إحدى الدراسات القياسية أن الزيادة في استخدام الإنترنت بمقدار 10٪ في الدول الأجنبية يؤدي إلى نمو صادرات وواردات الولايات المتحدة الأمريكية بمقدار 1.7٪ و 1.1٪ على التوالي.

ب- دعم التنمية الاقتصادية:

- تمثل المشروعات المتوسطة والصغيرة محورا أساسا في التنمية الاقتصادية، وتعاني هذه المشروعات من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية. وتعد التجارة الإلكترونية واحدة من الأدوات التي تحقق للمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة بما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان، وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية. وهذا ينعكس إيجابا على تفعيل نشاطات هذه المشروعات الأمر الذي يدفع عجلة التنمية الاقتصادية. - كما يشير أحد الاقتصاديين إلى أن انخفاض تكاليف العمليات التجارية عبر التجارة الإلكترونية فيما بين قطاعات الأعمال يمكن أن يؤدي إلى زيادة دائمة في مستوى الناتج بمتوسط 5 ٪ في اقتصاديات الدول المتقدمة على مدى السنوات العشر القادمة، مما يعني زيادة في نمو الناتج القومي

الإجمالي بنسبة 0.25 ٪ في السنة. وتذكر وزارة التجارة الأمريكية أن التجارة الإلكترونية وقطاع تقنية المعلومات كليهما قد أسهما بحوالي 30 ٪ من نمو الناتج المحلى الإجمالي خلال الفترة 1995- 1998م.

ج- دعم التوظيف:

- تقدم التجارة الإلكترونية فرصا جديدة للتوظيف، حيث تتيح إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الاستثمارية، لا سيما تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الإلكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمي دون الحاجة للانتقال، مما يفتح المجال لهم للانطلاق في الأعمال الحرة. ومن ناحية أخرى

- توفر التجارة الإلكترونية فرصا وظيفية في العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات التجارة الإلكترونية، مثل المتخصصين في إنشاء المواقع التجارية الإلكترونية، و العاملين والإداريين والفنيين في المتاجر الإلكترونية. بالإضافة إلى توفير الفرص الوظيفية في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية، من مهندسي الشبكات والبرامج اللازمة لتطبيقات التجارة الإلكترونية وغيرها.

د- دعم القطاعات التكنولوجية: يتيح انتشار التجارة الإلكترونية خلق بيئة ومناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصالات، وذلك لدعم البنية التحتية الإلكترونية لتطبيقات التجارة عبر شبكة الإنترنت .

هـ التخفيض بشكل أو بأخر شتى أنواع البيروقراطية خاصة بالنسبة للمؤسسات العمومية إلكترونيا.

الخاتمة:

لقد أصبحت التجارة الُكترونية في وقتنا الحالي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة فيه من أفراد و مؤسسات و إدارات ، لما تمنحه من انفتاح لخلق أسواق كبيرة تعرض فيها منتجات المؤسسات ، حيث هي فرصة للراغبين في البحث عن أساليب أنجح لتحقق أكبر الأرباح عن طريق قنوات الترويج و البحث عن زبائن و أسواق جديدة ، عبر الوسائل الإلكترونية بالاعتماد على نظم الدفع و السداد الحديثة .

و إن اعتماد التجارة الإلكترونية على نظام معلومات أدواته كلها إلكترونية أضحت معرضة لأخطار القرصنة و الاختراق لمواقعها و تدميرها مما يتطلب إنشاء تشريع علمي متكامل التنسيق بين جميع دول

العالم و الهيئات ، بما فيها العالم العربي الذي تعد خطواته في مجال التجارة الإلكترونية صغيرة جدا و تكاد تكون غير ملحوظة و هذا ما لمسناه في دراستنا و لذا أصبح من الضروري أن تنهض الدول العربية من سباتها لتلتحق بركب الدول السارية إلى التقدم و الدخول إلى التجارة الإلكترونية و يكون هذا بإتباع أساليب حديثة بما يتلاءم مع الأوضاع و المتغيرات الجديدة ، في ظل نمو الأسواق الشاملة و التكتلات الاقتصادية ، **ومن خلال هذه المعلومات السالفة الذكر توصلنا إلى بعض النتائج وطرح .**

النتائج والمقترحات:

1 ـ يتبين لنا من خلال البحث أن هناك انخفاضاً واضحاً بنسبة استخدام التجارة الإلكترونية عربياً ، وذلك لعدة أسباب منها عدم وجود مواقع كافية باللغة العربية ، حيث يجب تشجيع إقامة هذه المواقع واستخدامها من خلال البحث عن مصادر تمويل مناسبة للمشروعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

2 ـ إن الضعف الواضح في مؤشرات التجارة الإلكترونية العربية بالمقارنة مع مؤشرات هذه التجارة في الدول المتقدمة يمكن رده إلى عدة أسباب من أهمها ضعف أو عدم وجود التشريعات والقوانين الناظمة لعمل التجارة الإلكترونية.

3 ـ عدم وجود نظم دفع إلكترونية متطورة بالشكل المناسب في الوطن العربي، مما سبب محدودية الأنشطة الاقتصادية المتعاملة بالتجارة الإلكترونية عربياً حيث تقتصر أغلبها على تجارة الكتب والهدايا.

4 ـ قلة حجم الأموال العربية المستثمرة في الوطن العربي لتوطين الصناعات الإلكترونية وتطبيقاتها التي تعود بأغلبها إلى السياسات المالية والنقدية المتبعة في الدول العربية ، والتي لا تساعد على جذب هذه الأموال.

5 ـ عدم وجود تعاون وتنسيق بين الدول العربية في مجال الصناعة الإلكترونية واستثمار المعلومات.

6 ـ عدم توفر البنية المالية والنقدية المناسبة لتسهيل عمليات الدفع والتسويات الناجمة عن التعاملات في التجارة الإلكترونية ، حيث يجب تطوير الخدمات المالية وتعزيز النظام الائتماني ودعم معايير التحويلات المالية حتى يمكن تيسير التسويات للحسابات والمدفوعات الناجمة عن التجارة الإلكترونية.

7 ـ ضعف استخدام المحتويات والمواقع العربية والذي يعود إلى قلة مصادر تمويل المشروعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

8 ـ عدم تشجيع معظم الدول العربية للتجارة الإلكترونية تخوفاً من انخفاض مطرح الضريبة في بعض المهن التي يتم التعامل معها من خلال التجارة الإلكترونية.

9 ـ ضعف الاستثمار للمواقع الحكومية العاملة بالتجارة الإلكترونية كالقيام بعمليات التصدير عن طريق الإنترنت.

10 ـ محلياً ، نلاحظ أن هناك ضعفاً واضحاً في تمويل التجارة الإلكترونية ، وذلك ناتج بسبب قلة مساهمة

القطاع الخاص والمشترك ورجال الأعمال في تمويل هذه التجارة. وخير دليل على ذلك أن المشروع الأكبر الذي قدم لتمويل هذه التجارة والذي بلغت قيمته 2 مليون يورو قد غطته المفوضية.

11 . قلة عدد الاختصاصيين والكوادر الفنية والقانونية والتنظيمية العاملة في هذا المجال.

12 . من نتائج ضعف تطبيق التجارة الإلكترونية عربياً زيادة الهدر في الوقت والجهد والروتين الإداري، مما سيسبب بدوره زيادة في التكاليف.

13 . لابد من تدريب وتأهيل الأفراد الذين سيفقدون وظائفهم نتيجة التعامل مع التجارة الإلكترونية لأداء أعمال أخرى مطلوبة في قطاعات تحول من قبل الحكومات العربية لجذب هؤلاء الأفراد.

14 . إن التعامل مع شبكة الإنترنت لشراء المنتجات التي تطرحها شركات الأعمال بأسلوب التجارة الإلكترونية يتطلب من المواطن العربي معرفة طرق التعامل وامتلاك حاسب آلي ومعرفة القراءة والكتابة، لذلك يجب على الحكومة والشركات الخاصة تيسير إنتاج وبيع الحواسيب الآلية بأسعار معقولة وبمواصفات جيدة وتسهيل عملية الدخول إلى شبكة الإنترنت برسوم مخفضة.

قائمة المراجع المستعملة:

1- حديد نوفل أثر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على المؤسسة – التحول إلى استخدام نظم و أساليب التجارة الإلكترونية، جامعة الجزائر ، ص 25- 12 ديسمبر 2002.

2- ملتقى أبناء عشائر بني حسن) http://www.bani-hasan.com/vb//index.php

3 - البحوث والدراسات) ttp://www.bani-hasan.com/vb//forumdisplay.php?f=54

http://www.albasebat.com

4- دكتور::محمد شريف توفيق،أستاذ المحاسبة المالية، مدير مركز البحوث والدراسات التجارية، أثر التجارة الالكترونية علي تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية، دراسة إختبارية بالتطبيق علي استخدام القطاع المصري لوسائل دفع، لنقود الكترونية وخدماتها المرتبطة بأنظمة البنك الفوري الالكتروني ، كلية التجارة جامعة الزقازيق..

5- د/عابد العبد لي ،التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع – التحديات – الآمال .